

PERANCANGAN SISTEM IDENTITAS BANDARA KUALANAMU

Olivia Theresa

Dody Achmad, M.Si

Program Studi Sarjana Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) ITB

Email: olivia.theresa@gmail.com

Kata Kunci : bandara, sistem identitas, sign system, logo

Abstrak

Bandara merupakan sebuah pusat transit dimana para penumpang pesawat terbang menunggu sebelum atau sesudah perjalanan. Bandara Internasional Kualanamu di Medan memiliki fasilitas di atas rata-rata. Visi dan misinya adalah untuk menjadi sebuah kota bandara (*aerotropolis*) yang menyaingi Bandara Changi di Singapura dan Bandara Internasional Kuala Lumpur di Malaysia. Tetapi sangat disayangkan, Bandara Kualanamu tidak memiliki sistem identitas visual yang terintegrasi. Perancangan sistem identitas ini meliputi pembuatan logo dan *sign system* sebagai media yang digunakan untuk memberikan sebuah kesatuan visual di dalam Bandara Internasional Kualanamu.

Abstract

Airport is a transit center where the passenger/flyers wait before or after travelling by aircraft. Kualanamu International Airport, Medan has excellent facilities. It's vision and mission is to become the aerotropolis rivaling with Changi Airport (Singapore) and Malaysia's Kuala Lumpur International Airport. But unfortunately, Kualanamu International Airport doesn't have an integrated visual identity system. The design of identity system consist of logo and sign system designing as the media used to give the visual unity in Kualanamu International Airport.

1. Pendahuluan

Bandara Kualanamu adalah bandara internasional yang terletak di Kuala Namu, Deli Serdang, Sumatera Utara. Bandara ini merupakan solusi bagi bandara Polonia yang merupakan bandara internasional Medan sebelumnya. Humas Bandara Kualanamu Waspan, melalui wawancara secara langsung menyatakan, alasan utama perpindahan bandara Polonia ke Kuala Namu dikarenakan oleh lahan pengembangan yang terbatas dan ledakan penumpang di Bandara Polonia yang seharusnya hanya dapat menampung 2,5 juta orang/tahun menjadi 8,1 juta orang/tahun. Perpindahan Bandara Kualanamu telah direncanakan pada tahun 1994 oleh Pemerintah Pusat melalui Kementerian Perhubungan dengan menggunakan anggaran APBN. Bandara berkode (KNO) ini mulai beroperasi pada tanggal 25 Juli 2013 setelah mengalami penundaan pembangunan pada tahun 1997 karena krisis moneter. Pengerjaan konstruksi bandara ini dimulai kembali pada tahun 2006 oleh wakil Presiden, Jusuf Kalla dan diresmikan oleh Presiden Bambang Susilo Yudhoyono pada tanggal 27 Maret 2014 (www.merdeka.com,2014).

Direktur Utama PT Angkasa Pura II, Tri Sunoko mengungkapkan bahwa hingga Februari 2014 bandara ini telah melayani lebih dari 9,25 juta penumpang. Beliau menyatakan, Kualanamu memiliki letak yang strategis dan menjadi salah satu pintu gerbang utama penumpang pesawat dari Eropa, Timur Tengah dan China. Lahan yang masih luas membentang di daerah Kualanamu membuka lebar kesempatan untuk menjadikan bandara ini menjadi (*aerocity/aerotropolis*). *Aerotropolis* adalah istilah bagi kota bandara yang memiliki berbagai fasilitas seperti pusat perbelanjaan, bisnis, hiburan, hingga perhotelan. Bandara yang bernilai Rp 5,59 triliun ini telah disiapkan sebagai penghubung penerbangan internasional, menyaingi bandara Changi di Singapura dan Bandara Internasional Kuala Lumpur, Malaysia (www.merdeka.com,2014). Harian Kompas per tanggal 23 Maret 2014 memberitakan bahwa bandara Kualanamu telah menjadi sebuah 'tempat wisata' yang dikunjungi oleh warga setempat.

Di tengah kemegahannya dan visi yang besar, secara visual bandara Kualanamu belum memiliki sistem identitas yang terintegrasi. Sebagai bandara internasional yang ada di Indonesia, bandara ini memiliki potensi memperkenalkan budaya Indonesia, namun tetap memperlihatkan sisi *modern* dengan maksud untuk menjawab kebutuhan Bandara Kualanamu sebagai pesaing Bandara Changi (Singapura) dan Bandara Internasional Kuala Lumpur (Malaysia). Perancangan sistem identitas ini meliputi pembuatan identitas logo dan aplikasinya, terapan elemen grafis pada media-media di dalam *airport* menggunakan ulos yang telah diinterpretasikan dan juga perancangan *sign system* yang dibutuhkan di dalam bandara sehingga memberikan identitas visual yang terintegrasi.

2. Proses Studi Kreatif

2.1 Branding

Menurut Kevin Budellman dan Yang Kim dalam buku “*Essential for Branding Identity for Branding Identity*” terdapat beberapa aspek yang mendukung terciptanya sebuah brand yang efektif. Diantaranya adalah :

1. **Imagery** , yaitu yang meliputi *illustrative logo, visual style*.
2. **Color** , yaitu *color choices, applied color* dan *color power*.
3. **Dimension** , yaitu *3D logos, physical elements, a sense of place*.
4. **Shape**, yaitu *logo shapes, shape patterns*.
5. **Typography**, yaitu *type choices*.

2.2 Enviromental Graphic Design

Dalam sebuah jurnal “*What Is Enviromental Graphic Design*” yang terdapat pada website *cruxcreative.com*, Michele Allen mengungkapkan bahwa *Enviromental Graphic Design (EGD)* adalah sebuah istilah bagi perancangan seperti pada museum atau toko retail yang lebih dari sekedar desain grafis. *EGD* adalah desain yang terintegrasi yang terdiri dari beberapa multidisiplin profesi. Tidak seperti namanya, *environmental graphic desain* bukan merupakan sesuatu rancangan yang bersifat alami/natural, melainkan sebuah profesi desain yang terdiri dari interior desain, arsitektur, dan desain grafis. *EGD* merupakan sebuah usaha desain untuk membangun sebuah suasana dan komunikasi efektif kepada setiap orang yang melihat. Pola atau informasi visual digunakan bersamaan dengan warna dan terkadang merek untuk meningkatkan pesan/cerita yang ingin disampaikan. Terdapat empat kategori pendukung bagi sebuah rancangan *EGD*, diantaranya adalah :

1. *Wayfinding dan Signage*
2. *Information Design*
3. *Architectural Spaces*
4. *Retail Design*

2.3 Sign System

a. Sign System

Pierce dalam buku “*Sign in Use*” karangan Jorgen Dines Johansen, Svend Erik Larsen, menyatakan bahwa *sign* merupakan tanda berbentuk simbol yang mengartikan suatu pesan. *Sign* dibuat untuk menjadi pembeda atau pembanding dengan tanda-tanda lain. Sedangkan arti system seperti pernyataan Raymond Boudon dalam buku “*Sign in Use*” adalah suatu cara untuk melaksanakan sebuah perencanaan yang telah ada, dapat diartikan juga sebagai sebuah siasat/cara untuk menyampaikan sesuatu dengan jelas dan mudah.

b. Kategori Sign System

Berikut beberapa kategori *sign system* :

1. *Orientational Sign*
2. *Informational Sign*
3. *Directional Sign*
4. *Identificational Sign*
5. *Statutory Sign*
6. *Ornamental Sign*

c. Tipografi Dalam Sign System

Pada desain tipografi, legibility memiliki pengertian sebagai kualitas huruf atau naskah dalam tingkat kemudahannya untuk dibaca (Danton, 2007 : 58). *Legibility* dipengaruhi oleh interval ruang antarkhuruf atau kata. Di samping itu, interval antarbaris yang disebut *leading* perlu diperhatikan karena dapat membantu kecepatan dan kenyamanan membaca. *X-height*, bagian anatomi huruf yaitu jarak ketinggian *base line* sampai *meanline* atau disebut juga tinggi badan dari badan huruf kecil yang besar maupun kecil memerlukan *leading* yang besar.

2.4 Ulos

Ulos merupakan sebuah kain tradisional khas Sumatera Utara yang sejak dahulu telah digunakan oleh masyarakat lokal menjadi pakaian sehari-hari. Tradisi memakai ulos masih dapat di lihat hingga masa kini di daerah pedalaman Tapanuli. Melihat proses pembuatan ulos Batak, pembuatannya tergolong *primitive* dan bernilai seni yang sangat tinggi. Ulos batak memiliki bahan pembuat yang sama, yang membedakannya adalah proses pembuatannya yang mempunyai tingkatan tertentu. Tingkat keahlian diukur dari jumlah lidi yang digunakan untuk memberi warna yang diinginkan. Tingkatan yang paling tinggi ialah ulos yang menggunakan 7 buah lidi (marsiputulu lili).

3. Hasil Studi dan Pembahasan

3.1 Konsep Umum

a. Segmenting

Bandara adalah pusat di mana setiap pengunjungnya bertujuan untuk menumpang pesawat sebagai alat transportasi untuk berpindah ke suatu tempat yang dikehendaki. Tempat ini merupakan salah satu tempat persinggahan yang memerlukan petunjuk arah yang jelas dan bersifat *universal* sebagai penunjuk arah yang dapat membimbing setiap pengunjung ke tempat yang akan dituju. Bandara Kualanamu, bandara kedua terbesar setelah bandara Soekarno Hatta, adalah sebuah bandara yang dapat menampung minimal 8,1 juta orang per tahun, yang pada umumnya dikunjungi oleh masyarakat lokal dan mancanegara. Oleh karena itu, *insight* mendasar bagi perancangan ini adalah bentuk desain yang bersih (*clean*), jelas dan dapat dimengerti secara visual oleh masyarakat *local* maupun mancanegara secara *universal*.

b. Targeting

Bandara yang memiliki status ‘bandara *international*’ memberi arti bahwa penumpang pesawat yang singgah di bandara ini dapat berasal dari dalam maupun luar negeri. Sesuai dengan tujuan perancangan ini, yaitu memberi pencitraan bagi bandara Kualanamu kepada setiap penumpang yang berkunjung, maka target primer perancangan ini adalah setiap penumpang *domestic* maupun *international* yang singgah di bandara. Target sekunder perancangan ini diperuntukkan untuk para investor yang akan berinvestasi di bandara ini seperti retail *café* atau toko, mengingat lahan berbisnis di dalam bandara yang masih tersedia di dalam terminal.

c. Positioning

Perancangan identitas ini memiliki konsep desain *modern* yang mengadaptasi *pattern* ulos, salah satu hasil budaya masyarakat Sumatera Utara yang menjadi keunikan desain. Desain yang dirancang pada bandara ini ingin menampilkan kesan yang rapi, bersih, terawat, *modern* sehingga mencitrakan Bandara Kualanamu yang memiliki kualitas fasilitas di atas rata-rata bandara di Indonesia pada umumnya dan menjadi bandara yang tidak hanya berstatus sebagai bandara kedua terbesar di Indonesia, namun dikenal sebagai bandara pesaing bandara Changi (Singapura) dan bandara Internasional Kuala Lumpur (Malaysia). Sistem identitas bandara ini dirancang agar memiliki jati diri sebagai bandara yang selalu di kenang konsumen karena tampilan secara visual yang baik dan meyakinkan.

3.2 Konsep Desain

Secara Verbal, setiap perancangan desain bagi bandara Kualanamu ini memiliki konsep verbal dengan dua bahasa yaitu, bahasa Indonesia dan bahasa *international* (Inggris). Hal ini dikarenakan bandara dikunjungi oleh masyarakat lokal maupun *international*. Secara grafis, konsep perancangan ini pada umumnya akan menggunakan jenis perancangan yang bersih (*clean style*) dan tetap terlihat *modern*. Konsep desain awal dari bandara ini, ingin memperlihatkan kesan yang

simple, fresh, namun sekaligus juga mengusung profesionalitas sebuah bandara akan pelayanannya, sehingga seluruh desain dirancang dengan gaya formal, sopan dan teratur.

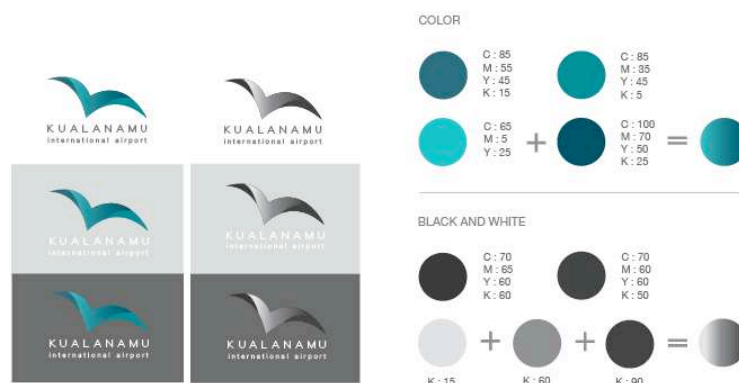
3.3 Konsep Visual

a. Logo

Logo dibawah ini memiliki konsep yang ingin merepresentasikan wajah bandara Kualanamu yang memiliki bangunan yang *modern*, megah, serta fasilitas yang meyakinkan. Bentuk menyerupai sayap burung mewakili arti identitas Bandara Kualanamu yang merupakan tempat berlabuhnya “burung besi” (pesawat terbang). Penempatan atau letak bentuk yang dirancang ingin memperlihatkan ‘kedinamisan pergerakan’, layaknya burung yang menikuk, siap untuk terbang tinggi. Sayap yang melebar ke kanan dan kiri melambangkan visi bandara Kualanamu untuk ‘membentangkan sayap’ (dikenal oleh seluruh dunia). Pemilihan warna logo terinspirasi dari warna tropis yang ada di Indonesia. Sumatera Utara merupakan salah satu wilayah tropis yang memiliki hutan tropis (perkebunan kelapa sawit). Gradasi biru dan hijau tua, warna utama pada logo, dipilih menjadi salah satu warna turunan dari warna tropis yang memiliki sifat yang unik (berada di antara hijau dan kebiru-biruan). Aksen warna biru, melambangkan ketenangan dan sisi kestabilan dari PT. Angkasa Pura sebagai pengelola Bandara Kualanamu. Huruf pada logo menggunakan huruf sans serif yang jelas dan *modern*.



Gambar 3.1 Permanent Logo



Gambar 3.2 Colour Charts

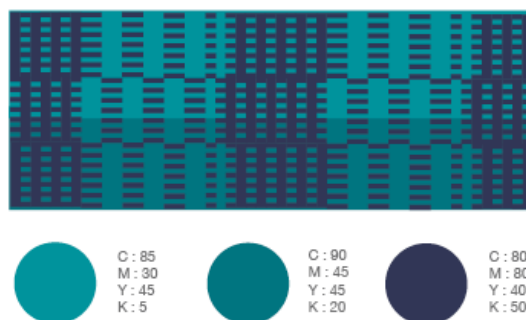
NEOU BOLD
 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ! @ # \$ % ^ & ()

Helvetica Neue
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ! @ # \$ % ^ & ()

Gambar 3.3 Jenis Huruf Pada Logo

b. Elemen Grafis

Perancangan identitas ini menggunakan *pattern* yang terinspirasi dari kain ulos, yang di intrepretasikan dalam bentuk digital . *Pattern* ini akan digunakan sebagai aksan yang akan menghiasi elemen-elemen ruang, termasuk *sign system* (*directional* dan *orientational*) serta kebutuhan desain lain di dalam bandara.



Gambar 3.4 Elemen Visual

c. Penerapan Logo dan Elemen Grafis

Bandara Kualanamu memiliki media-media yang berpotensi untuk dimanfaatkan menjadi sebuah media yang dapat menciptakan suasana melalui elemen grafis. Penerapan logo dan elemen grafis, dapat menyatukan kesan yang kuat bagi pencitraan bandara. Media-media tersebut adalah *lift*, *air conditioner*, eskalator, kaca di sekitar ruang tunggu bandara, dan lain-lain yang umumnya terdapat di dalam sebuah bandara.



Gambar 3.5 Penerapan Elemen Grafis



Gambar 3.6 Penerapan Logo dan Elemen Grafis

3.4 Media Aplikasi / Terapan Lainnya

a. Bis dan *trolley*

Media penerapan lain di dalam bandara yang berfungsi memberikan pengalaman visual kepada penumpang diantaranya adalah bis bandara dan *trolley*. Bis bandara adalah salah satu media yang dapat membangun citra dari Kualanamu. *Trolley* adalah kereta yang dipakai oleh setiap penumpang untuk membawa barang yang berpotensi untuk memberikan interaksi visual kepada penumpang secara tidak langsung.



Gambar 3.7 Bis Bandara dan Trolley

b. Pin

Rancangan pin bertujuan apabila terdapat pengunjung bandara yang ingin bertanya kepada petugas bandara setempat. Adanya pin yang dikenakan, akan memudahkan penumpang untuk bertanya pada orang yang tepat. Desain pin di atas di buat untuk orang-orang / bagian penting yang bertugas di bandara, seperti *security*, *customer service*, *information center*, dan *airport shuttle services*.



Gambar 3.8 Pin

c. *Office Boy T-Shirt*

Kemeja dirancang bagi *office boy* yang bekerja di sekitar bandara. Kemeja ini berfungsi untuk menandakan karyawan yang bekerja di bandara seperti *cleaning service*.



Gambar 3.9 Office Boy T-Shirt

d. Official Kit

Kartu nama, kop surat beserta amplopnya adalah salah satu contoh media yang pasti digunakan oleh perusahaan pada umumnya.



Gambar 3.10 Official Kit

e. Website

Di era globalisasi, *website* merupakan sebuah media penting yang dapat memberikan informasi secara cepat, dan tidak terbatas dengan jarak. *Web* Kualanamu ini dapat memberikan informasi seputar penerbangan di Bandara Kualanamu serta informasi – informasi penting lainnya yang terait dengan jadwal, lokasi dan sebagainya.

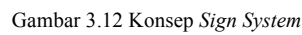


Gambar 3.11 Website

3.5 Sign System

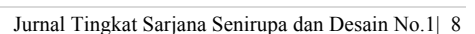
Konsep perancangan pada *sign system* ini menggunakan font “Frutiger”, salah satu jenis huruf *sans serif* yang dirancang oleh Adrian Frutiger (Linotype) pada tahun 1976 untuk Charles de Gaulle Airport di Paris. Menurut Buku *The Field Guide to Typography* karangan Peter Dawson, Frutiger yang dirancang selama 7 tahun ini, memiliki *x-height*

Jurnal Tingkat Sarjana Senirupa dan Desain No.1| 8



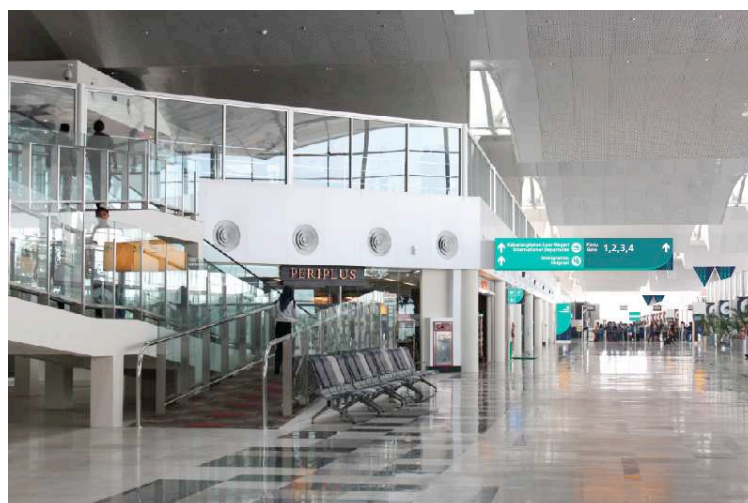
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ! @ # \$ % ^ & ()

Gambar 3.14 *Pictogram*





Gambar 3.15 Model *Sign System*



Gambar 3.16 Contoh Visualisasi *Sign System*

3. Penutup / Kesimpulan

Melalui perancangan ini, banyak hal yang menjadi bahan pembelajaran bagi pembuatan sistem identitas. Untuk membuat sebuah sistem identitas sebuah perusahaan / suatu objek kajian (dalam hal ini bandara Kualanamu di Medan) diperlukan data-data yang akurat mengenai visi misi, keberadaan perusahaan berdasarkan lokasi, dan hal-hal terkait lainnya untuk memberikan informasi yang dapat menjadi data acuan perancangan sistem identitas. Melalui data tersebut, maka akan terdapat sebuah *insight* yang membantu untuk membentuk identitas logo beserta dengan elemen grafis yang menjadi benang merah yang kemudian membuat identitas tersebut menjadi terintegrasi. Dengan syarat, penggunaan yang konsisten pada penerapannya. Dalam merancang sebuah identitas, hal lain yang harus diperhatikan adalah penggunaan warna dengan dasar teori yang tepat, karena warna memiliki arti tersendiri dari segi psikologis, budaya dan lain-lain. Warna merupakan sebuah hal yang sangat penting menyangkut dengan sistem identitas karena dapat memberikan benang merah yang membuat seluruh desain menjadi sebuah kesatuan. Dalam memilih warna, harus diperhatikan jumlah warna yang ada pada kode CMYK, karena apabila ketika dijumlahkan melebihi angka 220, maka warna akan menjadi gelap/ tampak hitam ketika diterapkan atau dicetak.

Perancangan *sign system* di dalam bandara pada umumnya harus menggunakan pictogram yang bersifat *universal* yang dapat dikenali oleh semua orang di seluruh dunia. Selain itu, perlu menggunakan jenis-jenis huruf yang memiliki keterbacaan yang jelas. Ukuran-ukuran pada *sign system* harus disesuaikan dengan ruang dan kebutuhan karena akan mempengaruhi jenis tipologi *sign system* dan peletakkannya di dalam bandara. Selain itu, ukuran pada *sign system* tersebut juga harus di sesuaikan dengan ketersediaan ukuran pada bahan/material yang akan digunakan, menyangkut dengan teknis pembuatan.

Ucapan Terima Kasih

Artikel ini didasarkan kepada catatan proses berkarya/perancangan dalam Tugas Akhir Program Studi Sarjana Desain Komunikasi Visual FSRD ITB. Proses pelaksanaan Tugas Akhir ini disupervisi oleh pembimbing Dody Achmad, M.Si. Perancangan ini dibimbing oleh Drs. Oki Hamka Suyatna sebagai konsultan perancangan *sign system*.

Daftar Pustaka

Budelman, Kevin and Yang Kim. 2010. *Brand Essentials : 100 principles for designing logos and building brands*. United States of America. Rockport Publishers.

Dawson Peter. 2013. *The Field Guide for Typography (Typefaces in the Urban Landscape)*. London. Thames & Hudson.

Johansen, Jorgen Dines and Svend Erik Larsen. 2002. *Sign In Use (An Introduction To Semiotics)*. London. Routledge.

Sihombing, Danton . 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

_____. 2004. *Ulos Batak Beserta Pemakaiannya*. Medan. Tulus Jaya.

Warastri, Aufrida Wismidan Muhammad Hilmi Faiq. 23 Maret 2014. Saat Warga Jadikan Kualanamu Wisata Baru. Kompas. 23 Maret 2014.

Julaikah, Nurul. 27 Maret 2014. Hingga Februari 2014, Kualanamu layani 9,25 juta penumpang. www.merdeka.com/uang/hingga-februari-2014-kuala-namu-layani-925-juta-penumpang.html .29 Maret 2014.

Julaikah, Nurul. 27 Maret 2014. Presiden SBY Resmikan 6 Proyek Bandara Senilai Rp 6,6 Triliun. www.merdeka.com/uang/presiden-sby-resmikan-6-proyek-bandara-senilai-rp-66-triliun.html .29 Maret 2014.

Wahyudi, Moch. 25 Juli 2013. Kualanamu, Buah Pikir 19 Tahun Lalu. Situs www.merdeka.com/uang/kuala-namu-buah-pikir-19-tahun-lalu.html .30 Maret 2014.